

Spis treści

Streszczenie	3
1. Cel badawczy	5
2. Metodologia badania	5
2.1. Analiza danych zastanych	6
2.2. Spis źródeł wtórnych wykorzystywanych w analizie danych zastanych	7
2.3. Badanie terenowe	8
2.4. Budowa wskaźników mierzących koniunkturę konsumencką	9
3. Kontekst ekonomiczno-społeczny koniunktury konsumenckiej w województwie mazowieckim	12
3.1. Potencjał ludnościowy	12
3.2. Potencjał gospodarczy	14
3.3. Lokalne rynki pracy województwa mazowieckiego	17
3.4. Dochody ludności i gospodarstw domowych	21
3.5. Konsumpcja i ceny	26
4. Koniunktura konsumencka w województwie mazowieckim	29
4.1. Bieżący Wskaźnik Ufności Konsumenckiej	29
4.2. Wyprzedzający Wskaźnik Ufności Konsumenckiej	33
4.3. Wskaźnik Dokonywania Istotnych Zakupów	39
5. Panel ekspercki	48
5.1. Trendy konsumenckie – obserwacje	49
5.2. Czynniki wpływające na trendy konsumenckie	49
5.3. Prognozy trendów konsumenckich oraz rozwoju sytuacji na Mazowszu	50
Podsumowanie	55